

Filiais de Vendas de Carros

16/03/2025

**─**

Jackson dos S. Ventura

AnaliseAqui

Rua, 123

Guarulhos, São Paulo, 08627-000

#### 

#### 

#### **📌 Visão Geral:**

Este projeto tem como objetivo analisar o desempenho das vendas das filiais em diferentes regiões do país, identificando padrões e insights estratégicos para embasar as decisões da equipe de marketing.

A análise será apresentada tanto para a área técnica da empresa quanto para os stakeholders, garantindo que todos os envolvidos compreendam os principais fatores que influenciam as vendas. Com base nos resultados, a equipe de marketing poderá desenvolver campanhas mais eficazes, direcionadas ao público-alvo com maior potencial de conversão, maximizando o impacto das próximas ações publicitárias.

🎯 **Objetivo:**

Investir em marketing para a próxima campanha nas filiais que estão trazendo mais vendas.

### **📊 Estratégia:**

Utilizar a **análise de Pareto (80/20)** para identificar os principais fatores que impactam as vendas, considerando características dos **vendedores, veículos e regiões (estados)**. A análise permitirá compreender quais variáveis mais influenciam o desempenho das filiais, fornecendo insights para otimizar estratégias de vendas e marketing.

**📊 Análise de Dados:** **Fato:** Quantidade de vendas de carros  
 **Dimensões:** Filial, Estado, Cidade, Sexo, Idade, Marca, Modelo

**Consultas:**

1. **Top 20% das filiais com mais vendas de carros por estado**
2. **Top 20% das filiais com mais vendas de carros por sexo dos compradores**
3. **Top 20% das filiais com mais vendas de carros por faixa etária**
4. **Top 20% das filiais com mais vendas de carros por marca e modelo**

# Especificações:

#### **🛠️ Ferramentas Utilizadas:**

✅ **Python** – Utilizado para criar uma base de dados fictícia de vendas das filiais com a biblioteca **Faker**.  
 ✅ **Pandas & OS** – Manipulação dos dados e armazenamento do arquivo gerado na pasta de trabalho.  
 ✅ **Google Drive** – Upload do arquivo salvo para facilitar o compartilhamento e análise.  
 ✅ **Google Sheets** – Utilizado para processar os dados, realizar análises e criar gráficos para apresentação.

**✅Resultados:**

Identificamos que 20% das filiais superaram a média de vendas de carros por estado, com destaque para a filial de São Paulo, que atingiu 15 vendas, enquanto a média geral foi de 8.

**Recomendamos:**

* **Analisar as estratégias das filiais de alto desempenho:** Investigar as práticas de vendas, marketing e atendimento ao cliente dessas filiais para identificar os fatores que contribuíram para o sucesso.
* **Investir em marketing direcionado:** Alocar recursos de marketing para as filiais que superaram a média, com foco em campanhas personalizadas e promoções para impulsionar ainda mais as vendas.
* **Compartilhar as melhores práticas:** Promover o compartilhamento de conhecimento e as melhores práticas entre as filiais, para que as demais unidades possam replicar o sucesso das filiais de alto desempenho.
* **Estabelecer metas desafiadoras:** Definir metas de vendas ambiciosas para as filiais de alto desempenho, incentivando-as a superar seus próprios resultados.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

A análise revela que 20% das filiais apresentam um desempenho de vendas de carros notavelmente equilibrado entre os sexos, com uma ligeira predominância de mulheres (53,8%) em relação aos homens (46,2%).

**Recomendamos**:

* **Manter a estratégia de marketing atual:** O equilíbrio nas vendas indica que a equipe de marketing está alcançando ambos os públicos de forma eficaz.
* **Realizar pesquisas de satisfação:** Coletar feedback de clientes de ambos os sexos para identificar áreas de melhoria e garantir que as necessidades de ambos os grupos estejam sendo atendidas.
  + **Criar campanhas de marketing direcionadas:** Apesar do equilíbrio, a criação de campanhas de marketing direcionadas para cada sexo, com foco em suas preferencias, pode aumentar ainda mais a conversão.
  + **Diversificar a comunicação:** Explorar diferentes canais de comunicação e mensagens para alcançar ambos os públicos de forma eficaz

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

A análise dos dados revela que 20% das filiais destacam-se nas vendas para a faixa etária de 21 a 50 anos, que representa o principal público comprador de carros**.**

**Recomendamos:**

* **Segmentar campanhas de marketing:** Direcionar as próximas campanhas de marketing para a faixa etária de 21 a 50 anos, utilizando linguagem, imagens e canais de comunicação que sejam relevantes para esse público.
  + **Personalizar a comunicação:** Criar mensagens e ofertas personalizadas para diferentes segmentos dentro da faixa etária de 21 a 50 anos, levando em consideração suas necessidades e preferências específicas.
  + **Investir em canais digitais:** Fortalecer a presença da marca em canais digitais como redes sociais, sites e aplicativos, que são amplamente utilizados pela faixa etária de 21 a 50 anos.
  + **Analisar a concorrência:** Monitorar as estratégias de marketing da concorrência para identificar oportunidades de diferenciação e atrair o público-alvo.

A análise revela que 20% das filiais se destacam nas vendas das marcas Toyota e Honda, que lideram o ranking de vendas. No entanto, outras marcas também apresentam um desempenho significativo.

**Recomendamos:**

* **Otimizar o estoque:** Ajustar o estoque das filiais de alto desempenho, priorizando Toyota e Honda, mas mantendo um mix diversificado de outras marcas para atender à demanda variada.
  + **Criar campanhas de marketing segmentadas:** Desenvolver campanhas de marketing específicas para cada marca e modelo, destacando seus diferenciais e atraindo o público-alvo correto.
  + **Investir em treinamento de vendas:** Capacitar a equipe de vendas para que dominem as características e benefícios de cada marca e modelo, aumentando a confiança e a persuasão durante o atendimento.
  + **Analisar a concorrência:** Monitorar o desempenho das marcas concorrentes e ajustar as estratégias de vendas e marketing de acordo com as tendências do mercado.